
ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI PRODUK SAMPINGAN (*BY PRODUCT*) DALAM PENENTUAN HARGA JUAL RANGKA BAJA PADA PT. DUTA MULIA PALEMBANG

Dwi Julianty^{*1}, Siti Khairani², Christina Yunita³
^{1,2,3} STIE MDP PALEMBANG; Jl. Rajawali No. 14 Palembang, telp (0711)376400
^{1,2,3} Jurusan Akuntansi, Palembang
e-mail: ^{*1}Dwi_kho93@yahoo.com, ²Siti_kh@stie-mdp.ac.id,
³christinayunita@stie-mdp.ac.id

Abstrak

Perusahaan manufaktur dalam prosesnya seringkali melakukan pembagian produk seperti produk utama dan produk sampingan. Produk yang memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan dan menjadi tujuan utama perusahaan merupakan produk utama, sedangkan produk yang tidak terelakkan untuk dihasilkan dan tidak menjadi tujuan utama perusahaan merupakan produk sampingan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis perlakuan akuntansi produk sampingan dalam penentuan harga jual rangka baja. Data yang digunakan adalah data sekunder. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan produk sampingan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Yang tadinya perusahaan hanya menjual produk utama dan mendapatkan laba kotor senilai Rp205.141.059. Sekarang perusahaan mampu menghasilkan keuntungan 20% sampai dengan 25% atas keuntungan penjualan produk sampingan.

Kata kunci—Perlakuan Akuntansi , Harga Jual, Produk Sampingan.

Abstract

Manufacturing company in the process often make distributions of products such as the main products and by products. Products that meet established specifications and become the company's main goal is the main product, while the necessary product to be produced and not the main purpose of the company is a by product. The purpose of this study is to analyze the accounting treatment by products in determining the selling price of steel frame. The data used is secondary data . The results of these studies show that sales of by products is very profitable for the company. Which was the company only sells the major product and gross profit worth Rp205.141.059 . Now the company is able to generate a profit of 20% to 25 % on profit - product sales.

Keyword—Accounting Treatment , Selling Price, By Product

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini teknologi semakin berkembang. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan di Palembang memproduksi barangnya sendiri. Akibatnya semakin meningkat pula persaingan antar perusahaan yang ada di Palembang, terutama yang bergerak di bidang yang sama. Maka kondisi ini menuntut setiap perusahaan harus lebih efektif dan efisien dalam menggunakan waktu serta biaya demi menghasilkan produk berkualitas yang diinginkan.

Tetapi dalam pelaksanaannya, pada saat produksi sering kali terjadi kendala yang disebabkan oleh produk jadi itu sendiri yaitu produk sampingan (*by product*).

Produk sampingan (*by product*) menurut Normal (2007) adalah produk yang bukan tujuan utama operasi perusahaan tetapi tidak dapat dihindarkan terjadinya dalam proses pengolahan produk yang disebabkan sifat bahan yang diolah atau karena sifat pengolahan produk, kuantitas, nilai pengolahan sampingan relatif kecil dibandingkan dengan nilai keseluruhan produk.

PT. Duta Mulia adalah salah satu produsen yang bergerak di bidang pembuatan rangka baja. Untuk memenuhi kebutuhan pesanan pelanggan yang semakin meningkat, PT. Duta Mulia harus memesan bahan baku yang banyak dari *supplier*. Tetapi masalahnya pada saat bahan baku yang disediakan *supplier* diproses menjadi produk jadi, menghasilkan produk sampingan yang tidak dapat diproduksi sesuai dengan standar rangka baja.

Biasanya PT. Duta Mulia memperlakukan produk sampingan ini sebagai produk gagal produksi dan tidak pernah untuk dijual. Diakhir bulan Juli, manajer PT. Duta Mulia tidak mengira bahwa produk sampingan yang dihasilkan cukup banyak tertumpuk digudang. Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan harus membuat keputusan sebaik mungkin untuk mengatasi masalah dari produk sampingan yang ada. Bukan hanya itu saja, keberadaan produk sampingan membuat pencatatan didalam program akuntansi perusahaan bermasalah.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “Analisis Perlakuan Akuntansi Produk Sampingan (*By Product*) Dalam Penentuan Harga Jual Rangka Baja Pada PT. Duta Mulia Palembang”.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Produk (*Product*)

Menurut Fandy Tjiptono (2002, h.95) dalam Sonjaya (2005) produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

2.2 Hubungan Berbagai Macam Produk yang Dihasilkan

Menurut Mulyadi (2012, h.334) hubungan antara produk yang satu dengan produk yang lain dalam perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk, dapat digolongkan ke dalam:

1. Produk Bersama (*Joint Product*)

Produk bersama adalah dua produk atau lebih yang diproduksi secara serentak dan bersama-sama dengan serangkaian proses dengan beberapa macam bahan baku, tenaga kerja, fasilitas pabrik yang sama.

2. Produk Sekutu (*Coproduct*)

Produk sekutu adalah dua produk atau lebih yang diproduksi pada waktu yang bersamaan, tetapi tidak dari kegiatan pengolahan yang sama atau tidak berasal dari bahan baku yang sama.

3. Produk Sampingan (*By Product*)

Produk sampingan adalah satu produk atau lebih yang nilai jualnya relatif lebih rendah, yang diproduksi bersama dengan produk lain yang nilai jualnya relatif lebih tinggi. Pada umumnya perbedaan antara produk bersama dengan produk sampingan didasarkan pada nilai jual relatifnya.

Jika nilai jual produk-produk yang dihasilkan relatif sama atau setidaknya-tidaknya material jumlahnya bila dibandingkan dengan seluruh pendapatan (*revenues*) perusahaan, maka produk-produk tersebut merupakan produk bersama. Sebaliknya, jika nilai jual suatu produk relatif kecil bila dibandingkan dengan total pendapatan perusahaan, maka produk tersebut merupakan produk sampingan.

2.3 Pengertian Produk Sampingan (*By Product*)

Menurut Siregar, dkk (2013, h.324), menyatakan produk sampingan (*by product*) adalah satu produk atau lebih yang nilai jualnya relatif lebih rendah, yang diproduksi bersama dengan produk lain yang nilai jualnya relatif lebih tinggi.

2.4 Karakteristik Produk Sampingan

Menurut Siregar, dkk (2013, h.324) produk sampingan memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1. Produk Sampingan bukan merupakan tujuan utama kegiatan produksi.
2. Harga jual produk sampingan relatif lebih rendah apabila dibandingkan dengan produk utama yang dihasilkan pada saat yang sama.

Selanjutnya, produk sampingan dapat digolongkan sesuai dengan dapat tidaknya produk tersebut dijual pada saat terpisah dari produk utama. Oleh karena itu, penggolongan produk sampingan dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Produk sampingan yang dapat dijual langsung setelah terpisah dari produk utama tanpa memerlukan pengolahan lebih lanjut. Contoh produk sampingan yang tidak memerlukan proses pengolahan lebih lanjut setelah terpisah dari produk utamanya terdapat dalam proses penggilingan gabah. Produk sampingan berupa menir, dedak yang dapat dijual langsung setelah terpisah dari beras.
2. Produk sampingan yang memerlukan proses pengolahan lebih lanjut setelah terpisah dari produk utama. Contoh produk sampingan yang memerlukan proses pengolahan lebih lanjut setelah terpisah dari produk utama terdapat dalam proses penyembelihan sapi. Produk sampingan berupa kulit perlu diproses lebih lanjut menjadi rambak atau bahan pembuat tas, sepatu, dompet, dan lain-lain.

2.5 Pengertian Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual dapat di artikan menjadi tiga pengertian yaitu harga, harga jual, dan penetapan harga jual. Beberapa pengertian tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga

Menurut Kotler (2001, h.439), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Harga Jual

Menurut Hansen dan Mowen (2001, h.633), mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual.

Menurut Mulyadi (2001, h.78) pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya ditambah dengan biaya laba yang wajar.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

3. Penetapan Harga Jual

Carter (2009, h.14-15) mengungkapkan definisi penetapan harga jual adalah sebagai kebijakan penetapan harga sebaiknya manajemen memastikan pemulihan

(*recovery*) dalam jangka panjang atas semua biaya dan laba, bahkan dalam kondisi yang sulit sekalipun.

Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, penetapan harga jual yang menguntungkan memerlukan pertimbangan atas biaya. Tender kompetitif atas suatu pekerjaan tertentu, misalnya merupakan keputusan penetapan harga yang sulit apabila hanya terdapat sedikit atau bahkan sama sekali tidak ada pengalaman di masa lampau dengan jenis produk atau jasa yang terlibat.

2.6 Akuntansi Produk Sampingan

Menurut Mulyadi (2012, h.342-348) dalam produk sampingan titik berat dalam pembahasannya adalah bagaimana memperlakukan pendapatan penjualan produk sampingan tersebut. Metode akuntansi yang digunakan untuk memperlakukan produk sampingan dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu:

1. Metode-metode yang tidak mencoba menghitung harga produk sampingan atau persediaannya, tetapi memperlakukan pendapatan penjualan produk sampingan sebagai pendapatan atau pengurangan biaya produksi. Metode ini biasanya disebut dengan metode tanpa harga pokok (*non-cost methods*).
2. Metode-metode yang mencoba mengalokasikan sebagian biaya bersama kepada produk sampingan dan menentukan harga pokok persediaan produk atas biaya yang dialokasikan tersebut. Metode ini dikenal dengan nama metode harga pokok (*cost methods*)

Adapun uraian tentang masing-masing dari akuntansi produk sampingan diatas adalah sebagai berikut:

1. Metode Tanpa Harga Pokok (*Non-Cost Methods*)

Berikut ini dijelaskan mengenai metode perlakuan terhadap pendapatan penjualan produk sampingan.

- Pendapatan penjualan produk sampingan diperlakukan sebagai pendapatan diluar usaha (pendapatan lain-lain).
Dalam metode ini pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk sampingan merupakan penambahan terhadap laba operasi.
 - Pendapatan penjualan produk sampingan diperlakukan sebagai tambahan pendapatan penjualan produk utama.
Metode ini merupakan variasi metode pertama. Semua biaya produksi dikurangkan dari pendapatan penjualan semua produk (baik produk utama maupun sampingan) untuk mendapatkan laba bruto.
 - Pendapatan penjualan produk sampingan diperlakukan sebagai pengurangan harga pokok penjualan.
Dalam metode ini pendapatan penjualan produk sampingan dikurangkan dari harga pokok penjualan sehingga mengurangi harga pokok penjualan dan meningkatkan laba kotor serta laba bersih sebelum pajak tetap sama.
 - Pendapatan penjualan produk sampingan diperlakukan sebagai pengurangan total biaya produksi.
Pada metode ini, pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk sampingan dikurangkan dari total biaya produksi.
 - Metode nilai pasar atau *Reversal Cost Method*.
Metode perlakuan produk sampingan ini pada dasarnya sama dengan metode terakhir yang telah dibicarakan. Perbedaan di antara keduanya, yaitu kalau metode terakhir yang dikurangkan dari total biaya produksi adalah pendapatan penjualan sesungguhnya produk sampingan, sedangkan pada metode nilai pasar ini yang dikurangkan adalah taksiran nilai pasar produk sampingan. Metode ini mencoba menaksir biaya produk sampingan dengan titik tolak dari nilai pasarnya.
-

2. Metode Harga Pokok (*Cost Methods*)

- Metode biaya pengganti (*Replacement Cost Methods*)

Metode ini biasanya digunakan dalam perusahaan yang produk sampingannya dipakai dalam pabrik sebagai bahan baku atau bahan penolong. Harga pokok yang diperhitungkan dalam produk sampingan adalah sebesar harga beli atau biaya pengganti (*replacement cost*) yang berlaku di pasar. Jumlah ini kemudian di masukkan pada barang dalam proses – biaya bahan baku, sehingga mengurangi biaya produksi produk utama.

2.7 Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru.

Menurut Boone dan Kurtz (2002, h.70) dalam Devianti (2010) ada empat kategori dasar sasaran penetapan harga, yaitu:

1. Sasaran Profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual yang dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*).

2. Sasaran Volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu.

3. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

4. Sasaran Prestise (Pencapaian)

Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusifitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengkomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian eksperimen sungguhan. Menurut Suryabrata (1983) dalam Muhyidin (2012) bahwa penelitian eksperimen sungguhan merupakan kondisi yang dilakukan untuk mengkontrol suatu peristiwa atau kejadian, serta pengamatan terhadap perubahan yang terjadi pada peristiwa itu sendiri. Tujuan penelitian ini untuk melakukan kontrol/kendali suatu peristiwa atau kejadian, serta pengamatan terhadap perubahan yang terjadi pada perusahaan mengenai perlakuan produk sampingan (*by product*) dalam penentuan harga jual produk di PT. Duta Mulia Palembang.

3.2 Objek/ Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah produk sampingan (*by product*) dan harga jual produk pada PT. Duta Mulia Palembang. Sedangkan Subjek penelitian ini adalah PT. Duta Mulia Palembang yang berlokasi di Jl. Tembus Terminal Alang-Alang Lebar KM.12 Pergudangan Graha Mitra Sukarame Blok B.03 Palembang.

3.3 Pemilihan Informan Kunci

Dalam penelitian ini informan kunci yang di pilih adalah Bapak. Deddy Sujanto selaku Manajer perusahaan PT. Duta Mulia Palembang. Alasan peneliti memilih informan ini adalah karena beliau yang bertugas memeriksa dan melakukan pengawasan mengenai kegiatan-kegiatan perusahaan termasuk di bagian produksi rangka baja.

3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data sekunder, dimana peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan produk sampingan (*by product*) dan penentuan harga jual yang dibuat oleh perusahaan.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dimana pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek subjek yang diteliti, dan data yang dikumpulkan berupa catatan tertulis tentang berbagai kegiatan. Data-data tersebut berupa dokumen laporan produk sampingan (*by product*) yang di dapat didalam perusahaan PT. Duta Mulia Palembang.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif. Teknik analisa ini digunakan ketika penelitian menyajikan setiap uraian informasi mengenai perlakuan produk sampingan (*by product*) dalam penentuan harga jual produk di PT. Duta Mulia Palembang.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil PT. Duta Mulia Palembang

PT. Duta Mulia Palembang adalah distributor yang bergerak dibidang bangunan. Berdiri sejak tahun 2009 sampai sekarang yang masih dipimpin oleh seorang manajer yaitu bapak Deddy Sujanto. Perkembangan PT. Duta Mulia Palembang dimulai dari sebuah toko kecil di daerah kenten dengan nama Tridjaya tepatnya di Jalan Mangkunegara Simpang BLK Ruko No.4 yang hanya berfokus pada penjualan atap merk Prima. Pemasaran dilakukan dengan cara menjual langsung ke konsumen, dan menggunakan jasa *salesman* untuk mempromosikan barang ke toko - toko bangunan. Karena naiknya pendapatan yang didapat Tridjaya, sekarang Tridjaya mampu membeli 2 gudang dan kantor di daerah KM.12 tepatnya di Jalan Tembusan Alang - Alang Lebar Pergudangan Graha Mitra Sukarame Blok B No.3 KM.12 dan nama perusahaan berganti nama mejadi PT. Duta Mulia Palembang. Selain itu juga PT. Duta Mulia Palembang dapat dipercaya dengan memegang barang bukan hanya atap melainkan beberapa barang lainnya seperti: Cat G-Lux, Kran, Bak Air, Seng, Baut rangka baja, List Plank dan sekarang PT. Duta Mulia Palembang dapat memproduksi sendiri rangka baja ringan.

4.1.2 Struktur Organisasi

PT. Duta Mulia Palembang dipimpin oleh seorang Direktur yang membawahi Manajer, Wakil Manajer, Supervisor yang membawahi beberapa sales , Kepala Administrasi yang membawahi Admin Penjualan, Piutang, Pembelian dan Kas.

Kepala Gudang yang membawahi Admin Gudang, Supir dan Helper. Kepala Produksi yang membawahi anggota Bagian Produksi.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Duta Mulia Palembang di dapat hasil penelitian bahwa dalam melakukan pencatatan, awalnya PT. Duta Mulia hanya mengakui produk utama (jadi) saja dan tidak melakukan pencatatan terhadap produk sampingan hingga produk sampingan dibiarkan bertumpuk digudang. Sehingga dari pencatatan produk utama, PT. Duta Mulia memperoleh harga pokok produksinya senilai Rp71.181 dengan perincian yang dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1
Perhitungan Harga Pokok Produksi PT. Duta Mulia

Biaya yang dibebankan:	Jumlah biaya	Jumlah unit	Biaya per unit
1. Biaya bahan baku	Rp7.108.108.000	103.768	68.500
2. Biaya tenaga kerja langsung	Rp63.679.100	103.768	614
3. Biaya <i>overhead</i>	Rp214.532.582	103.768	2.067
	Rp7.386.319.682		Rp71.181

Sumber : Data Produksi PT. Duta Mulia Palembang, Tahun 2014

Berdasarkan perhitungan inilah perusahaan menentukan harga jual produknya dengan menaikkan 3% dari harga pokok produksinya. Sehingga harga jual produk adalah Rp73.316 yang dibulatkan menjadi Rp73.500. Dan perhitungan laba kotor perusahaan dari Januari sampai dengan Agustus 2014 PT. Duta Mulia menjual rangka baja truss 75/75 sebanyak 88.461 batang sehingga dari penjualan tersebut menghasilkan laba kotor Rp205.141.059 yang perhitungannya dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2
PT. Duta Mulia Laporan Laba Rugi Periode yang
Berakhir pada 31 Januari-31 Agustus 2014

Penjualan (88.461 btg @73.500)		6.501.883.500
Harga pokok penjualan:		
Persediaan awal	-	
Biaya produksi total (103.768 btg @71.181)	<u>7.386.310.008</u>	
Biaya tersedia dijual	7.386.310.008	
Persediaan akhir (15.307 btg @71.181)	<u>(1.089.567.56)</u>	
Harga pokok penjualan		<u>(6.296.742.44)</u>
Laba kotor		205.141.059

Sumber : Data Produksi PT. Duta Mulia Palembang, Tahun 2014

4.3 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan PT. Duta Mulia awalnya hanya menjual produk utama saja. Tetapi ternyata diakhir bulan Juli, manajer PT. Duta Mulia tidak mengira bahwa produk sampingan yang dihasilkan cukup banyak tertumpuk digudang, akhirnya manajer PT. Duta Mulia memutuskan untuk menjual produk sampingan tersebut.

Perusahaan bisa menjual produk sampingan dengan perhitungan biaya produksi yang melibatkan produk utama ditambah produk sampingan atau pengurangan harga 20% dari harga jual produk utama sesuai dengan kebijakan perusahaan sehingga jika perusahaan

menjual produk sampingannya dengan perhitungan biaya produksi yang melibatkan produk utama ditambah produk sampingan, maka perhitungan yang tepat dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3
Biaya Produksi Rangka Baja Trus 75,75
Periode Januari-Agustus Tahun 2014

Keterangan	2014		
	Jumlah Biaya	Jumlah unit	Biaya per unit
Januari			
1. Biaya bahan baku	726.648.000	10.686	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	7.350.000	10.686	688
3. Biaya Overhead	21.657.540	10.686	2.027
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	755.655.540		70.715
Februari			
1. Biaya bahan baku	847.756.000	12.467	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	7.619.000	12.467	611
3. Biaya Overhead	25.351.492	12.467	2.033
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	880.726.492		70.644
Maret			
1. Biaya bahan baku	791.860.000	11.645	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	7.410.000	11.645	636
3. Biaya Overhead	23.546.839	11.645	2.022
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	822.816.839		70.658
April			
1. Biaya bahan baku	810.492.000	11.919	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	7.335.000	11.919	615
3. Biaya Overhead	24.315.253	11.919	2.040
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	842.142.253		70.655
Mei			
1. Biaya bahan baku	894.336.000	13.152	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	7.305.000	13.152	555
3. Biaya Overhead	27.261.532	13.152	2.073
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	928.902.532		70.628
Juni			
1. Biaya bahan baku	819.808.000	12.056	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	8.700.000	12.056	722
3. Biaya Overhead	24.863.517	12.056	2.062
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	853.371.517		70.784
Juli			
1. Biaya bahan baku	1.192.448.000	17.536	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	8.815.000	17.536	503
3. Biaya Overhead	36.653.211	17.536	2.090
Jumlah biaya yang harus	1.237.916.211		70.593

dipertanggungjawabkan			
Agustus			
1. Biaya bahan baku	1.024.760.000	15.070	68.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	9.145.100	15.070	607
3. Biaya Overhead	30.883.198	15.070	2.049
Jumlah biaya yang harus dipertanggungjawabkan	1.064.788.298		70.656

Sumber : Data yang Diolah Penulis, Tahun 2014

Dari tabel 3 juga kita dapat melihat bahwa rata-rata biaya produksi yang dapat dibebankan di rangka baja truss 75,75 ukuran 5,7 meter milik PT. Duta Mulia adalah Rp70.661. Yang artinya perusahaan harus menjual produk sampingan dengan harga minimal Rp70.661 atau lebih tinggi dari harga tersebut. Setidaknya jika perusahaan menetapkan harga tersebut sebagai harga jual produk sampingan, perusahaan tidak mengalami kerugian atas biaya-biaya produksi yang terjadi dan laba yang didapat perusahaan Rp259.055.402 yang perhitungannya dapat dilihat pada tabel 4:

Tabel 4
PT. Duta Mulia Laporan Laba Rugi
Periode yang Berakhir pada 31 Januari-31 Agustus 2014

Penjualan produk utama(88.461 bgt @73.500)		6.501.883.500
Penjualan produk sampingan (763 bgt @70.661)		<u>53.914.343</u>
		6.555.797.843
Harga pokok penjualan:		
Persediaan awal	-	
Biaya produksi total (103.768 bgt @71.181)	<u>7.386.310.008</u>	
Biaya tersedia dijual	7.386.310.008	
Persediaan akhir (15.307 unit @71.181)	<u>(1.089.567.567)</u>	
Harga pokok penjualan		<u>(6.296.742.441)</u>
Laba kotor		259.055.402

Sumber : Data Produksi PT. Duta Mulia Palembang, Tahun 2014

Jika perusahaan menjual produk sampingan sesuai dengan pengurangan harga 20% maka laba yang di dapat Rp249.700.259 yang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
PT. Duta Mulia Laporan Laba Rugi
Periode yang Berakhir pada 31 Januari-31 Agustus 2014

Penjualan produk utama(88.461 bgt @73.500)		6.501.883.500
Penjualan produk sampingan (763 bgt @58.400)		<u>44.559.200</u>
		6.546.442.700
Harga pokok penjualan:		
Persediaan awal	-	
Biaya produksi total (103.768 bgt @71.181)	<u>7.386.310.008</u>	
Biaya tersedia dijual	7.386.310.008	
Persediaan akhir (15.307 unit @71.181)	<u>(1.089.567.56)</u>	
Harga pokok penjualan		<u>(6.296.742.441)</u>
Laba kotor		249.700.259

Sumber : Data Produksi PT. Duta Mulia Palembang, Tahun 2014

Terlihat jelas perbedaan laba kotor yang didapat oleh PT. Duta Mulia selisih antara kedua laba kotor tersebut adalah Rp9.355.143 . Semakin rendah harga produk sampingan

maka keuntungan yang didapat perusahaan semakin rendah. Sedangkan semakin tinggi harga produk sampingan maka keuntungan yang didapat perusahaan semakin tinggi.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa perlakuan akuntansi produk sampingan dalam penentuan harga jual rangka baja adalah perusahaan bisa menjual produk sampingan senilai harga pokok produksi atau bisa juga berdasarkan kebijakan perusahaan.

Kemudian peneliti dapat menyimpulkan juga bahwa penjualan produk sampingan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Yang tadinya perusahaan hanya menjual produk utama dan mendapatkan laba kotor senilai Rp205.141.059. Sekarang perusahaan mampu menghasilkan keuntungan 20% sampai dengan 25% atas keuntungan penjualan produk sampingan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka saran yang ingin disampaikan yaitu: sebaiknya perusahaan mempertimbangkan kembali kebijakannya untuk memberikan pengurangan harga 20% dari harga jual produk utama untuk produk sampingan karena berdasarkan pemikiran bahwa semakin rendah harga produk sampingan maka keuntungan yang didapat perusahaan semakin rendah. Sedangkan semakin tinggi harga produk sampingan maka keuntungan yang didapat perusahaan semakin tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sony Sonjaya 2005, *Peranan Pengembangan Produk Sol Sepatu Wanita Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Solindah Kita*, Universitas Widyatama, Bandung.
 - [2] Mulyadi 2012, *Akuntansi Biaya*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
 - [3] Baldric Siregar, dkk 2013, *Akuntansi Biaya*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.
 - [4] Don R Hansen., Maryanne M. Mowen 2009, *Akuntansi Manajerial* Buku 2 Edisi 8, Salemba Empat, Jakarta.
 - [5] Suci Devianti 2010, *Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi CPO Terhadap Penentuan Harga Jual CPO pada PT. Mutiara Unggul*, Universitas Sumatera Utara, Medan.
 - [6] William K. Carter 2009, *Akuntansi Biaya* Buku 1 Edisi 14E, Salemba Empat, Jakarta.
 - [7] Ujang Muhyidin 2012, *Pengaruh Tingkat Layanan Akademik dan Layanan Kemahasiswaan Terhadap Keterampilan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
 - [8] Sanusi, Anwar 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
 - [9] Efferin, Sujoko., Stevanus Hadi Darmaji., dan Yuliawati Tan 2008, *Metode Penelitian Akuntansi Mengungkapkan Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
-